



CULTURA MEDIÁTICA, REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA Y SUBJETIVIDAD

Quiero partir de algunas definiciones que, a la manera de mojones, permitan la ubicación y cierto posicionamiento en el desarrollo de las ideas que intento articular. La primera cuestión es epocal, acerca de aquello que llamamos Cultura Actual, Modernidad Tardía, Posmodernidad, y algunos otros nombres que aluden a la etapa que se inaugura en la segunda posguerra, con la guerra fría y la expansión capitalista en la segunda mitad del siglo XX, la Revolución Tecnológica y el estallido de las certezas que sostenía la Modernidad y la ciencia positivista.

En esta época aparecen fenómenos radicalmente diferentes a la etapa anterior que se expresan tanto en las estructuras objetivas como en las subjetividades. Si pensamos en los procesos históricos como fundantes, instituyentes de discursos en sus prácticas sociales, estamos hablando de que cada contexto Histórico Social produce sus imaginarios subjetivos, produce una subjetividad que es situacional, y que por lo tanto es histórica. Diferente en cada época aunque no fácilmente reconocible, cada período produce sus pensables e impensables que quedan invisibles pero actuando en la trama social.

A. Dalmasetto tiene un libro cuyo título es: "Demasiado cerca desaparece", buena definición de lo obvio, lo que no se ve. Se requiere una tarea de de-construcción que permita develar la trama, "la carta robada". Quiero hacer una distinción entre: 1. El uso de la tecnología para diferentes intereses - habrá que ver cuales son los límites que marca la ética (clonación de embriones humanos para uso terapéutico) - y 2. El análisis de la cultura mediática como fenómeno radicalmente diferente de la anterior. No es una cuestión de grado.

Se hace necesario, entonces, realizar algunas puntuaciones sobre esta etapa histórica. Vivimos en una época donde: La MULTIPLICIDAD que aparece en todo el entramado cultural, posibilita el desarrollo de lo diverso. Diversidad en las costumbres, modas, arte y ciencia. Esta coexistencia se da entre la tendencia a la fragmentación y a la homogenización, y entre las lógicas de lo uno y de lo múltiple. La MULTITEMPORALIDAD en co-existencia de tiempos, tiempos históricos, biológicos, físicos, cibernéticos, rompiendo la concepción acerca de la unidad entre pasado, presente y futuro. El presente, como espejo en el que mirarse, refleja muchas veces al futuro en el pasado, aniquilado en el presente: "yo iba a ser ingeniero" expresa un niño enfermo de SIDA. "Yo iba a ser...", sin ninguna esperanza ni posibilidad. La MULTIESPACIALIDAD como posibilidad de habitar varios universos posibles y consistentes. Esto produce recorridos por territorios que han dejado de ser territorios identitarios locales. Aparecen las identidades locales (plenas) en coexistencia con las globalizadas (parciales) y las "pret a portait" (a la carta), casi sin contradicción.

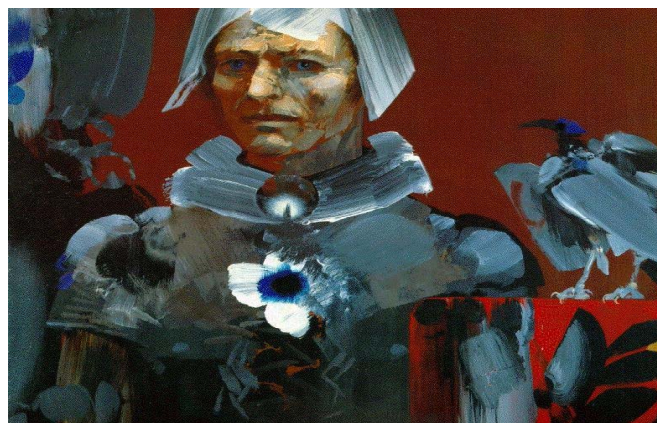
Otro tema es el de la búsqueda de la verdad. Hay un profundo cambio en la administración de la verdad. Esto involucra a la ciencia que hoy debe convalidar sus enunciados ante los Mass Media, que son ciencia aplicada. Estos ocupan en el imaginario social el lugar que antes ocupaban los maestros como interlocutores de la ciencia y trasmisores de sus verdades en lo social. Los Mass Media son los nuevos administradores de verdades. Lo hacen produciendo una ilusión de transparencia informativa unida a la seducción estética. Son los nuevos interlocutores que producen confiabilidad; antes eran los santos o los sabios. No solo la verdad es confirmada, la realidad misma depende de ellos. Si no aparece en los medios no existe, no es real. La verdad interactúa con el poder, instalando un discurso hegemónico tramitado como verdad que produce efectos en la subjetividad.

En la cultura de la modernidad el panóptico era el paradigma de que todo podía ser visto y controlado. En la cultura posmoderna se instala el paradigma de la pantalla en la que uno se mira y es mirado. Aparece el espectáculo. Se instaura el imaginario "Pantalla". Esto produce un cambio en la capacidad de percepción de una variedad infinita de formas, colores y sonidos. Así como también una aceleración en los tiempos de respuesta. La multiplicidad de imágenes y el vértigo ocupan el lugar que antes ocupaba la «razón lógico científica». Ese vértigo se convalida en la pantalla.

Me es necesario incluir el concepto de imaginario social desarrollado por C. Castoriadis: Es un proceso sin sujetos, pero necesita de sujetos para realizarse. En el imaginario social actual la verdad esta en la pantalla, de t.v., de video, de

Lic. María Lila Bellio

Psicóloga, psicoanalista, psicodramatista, psicóloga social,
analista institucional.
U.B.A.



"DEDALO" 1985.
Acrílico sobre lienzo, 150 x 150 cm.
Alejandro Obregón

la computadora. La verdad aparece en el formato PANTALLA. El desarrollo de la fotografía, el cine y la t.v. instalan la IMAGEN como duplicación de la realidad, que reemplaza a la pintura como testimonio. Aparece la industria del entretenimiento que crea mundos imaginarios que despiertan sensaciones lo más parecidas posibles a las que provocaría la vivencia directa. La meta es lograr que estas realidades de segunda mano sean lo más auténticas posibles, aunque la imagen puede no corresponder a ninguna realidad física exterior. La relación realidad/apariencia queda borrada.

Los medios digitales convierten lo real (P. Ej. La electricidad), la información que reciben, en lenguaje abstracto, lenguaje digital. Esta operación la realizan arrancándole el soporte físico. Es necesaria una segunda interfase digital-analógica para que esas abstracciones numéricas puedan ser expresadas sensorialmente (imágenes-sonidos). Para introducir modificaciones en las imágenes ya no es necesario ir al original-real, basta operar matemáticamente. Se abre el campo de los MUNDOS VIRTUALES. En la Realidad Virtual la imagen se independiza de la realidad.

En nuestra época aparece la tendencia a borrar la diferencia entre realidad y apariencia. Los efectos especiales son un ejemplo, como ver en la pantalla las cámaras en acción. Lo llamativo es que no produce desencanto, sino que agrega atractivo al espectáculo, que ahora es tridimensional e interactivo.

Los Medios de Comunicación son el resultado de la Revolución Tecnológica como ciencia aplicada. Han producido sus propias realidades que no se convalidan con la ciencia, sino que transmiten en formato de pantalla sus propias verdades como constructos, produciendo discursos apelando a la transparencia y a la credibilidad que produce ver en la pantalla. Ver para creer o si no lo veo, no lo creo. Ahora, ¿cómo des-creer lo que se ve en la pantalla? La neo - televisión se convalida a sí misma en contacto con el público-consumidor-usuario, relativizando el contacto con el mundo exterior y posibilitando hacer el propio zapping.

Dice Giles Lipovetzky: "En la era del posdeber, asistimos a una conjunción de hedonismo-consumismo e individualismo". Esta tríada se potencia y se funde en la cultura de masas en alcance planetario. La comunicación se ha vuelto instantánea y planetaria, en una concentración simultánea de hechos y de tiempos. Esto crea las condiciones de posibilidad de una conciencia fragmentaria y dispersa que convalida el zapping. Y apunta a la construcción de sociedades de servicios a la carta y de identidades provisionales "pret a portait". Se disuelve cualquier punto de vista central o hegemónico. Esto abre posibilidades a lo diverso, y también a la homogenización.

Lo hegemónico es el espectáculo. Este fenómeno se torna inteligible bajo la óptica de la lógica del consumo. Dice Lipovetzky "Exacerbar el deseo convirtiendo cualquier cosa en objeto de seducción y creando necesidades donde antes no las había". A esto se agrega la desculpabilización por desear, donde hay que tener de cualquier manera y precio. El acento está en el tener o no tener. Esto aparece en algunos sectores de adolescentes cuando de cualquier manera intentan conseguir tal o cual marca-objeto, apareciendo la culpabilización por no poder o no querer consumir. Se consume actualidad escenificada. Se actúa la propia existencia. La información se vuelve hiperrealista y teatralizada, transformando cualquier cosa en noticia. Aparece una sobrevaloración de los "hechos" constituidos en valores por sobre otros valores o ideales.

Otro fenómeno es el borramiento entre lo privado y lo público. Lo privado se disuelve en lo público como espectáculo verosímil. P. Ej. Los reality shows, donde lo real se vuelve más real que lo real, amplificado por el ojo de la televisión, verdad que promueve emociones que desencadenan las transmisiones en directo. El telespectador es testigo y participante de lo real a distancia. Aquí el consumo se juega en el terreno emotivo y a distancia. La estética hiperreal consiste en exagerar lo que muestra o suplantar lo real por los signos de lo real.

La cultura mediática a desustancializado la realidad haciendo difícil concebirla por fuera de la pantalla. ¿Qué sucede con los sentimientos de solidaridad, conmiseración, compasión por el semejante? Se tramitan a distancia, mediatizados a través de los Media y espectacularizados, intentando desestimar las acciones con los prójimos cercanos, que pasan por afuera del control de los medios. Las miserias como paisaje urbano naturalizado y la imagen produciendo efecto en el formato pantalla. Lipovetzky dice: "en la era posmoralista se produce una sobre exposición mediática de valores que se reciclan al ritmo del espectáculo". Pero no hay que perder de vista que también se producen cadenas de solidaridad efectivas que atraviesan estas trampas produciendo cambios y a veces algunas transformaciones en la realidad. El acontecimiento es posible en el sentido que le da A. Badieu.

Otro tema de esta época es el cuerpo y la sexualidad. La seducción ha pasado a ocupar un papel fundamental en estos formatos mediáticos. Seducir es producirse como ilusión. Termino con el que se nombra la acción de fabricarse para el espectáculo. La seducción entrena algo de ritualidad como un juego de simulacro. Lacan dice: "EL deseo no tiene objeto porque nunca se satisface". El deseo tiende al objeto de satisfacción, el temor aparece ante el encuentro con el objeto. Deseo y temor en relación al cuerpo del otro como alteridad. En nuestra cultura ya no se ocultan los cuerpos, se exhiben a distancia. Y se les teme... el SIDA viene a confirmar temores.

Se socializa el rechazo al encuentro con el otro y se instauran prácticas y discursos que constituyen imaginarios sociales respecto a la conveniencia de mantenerse a distancia en encuentros virtuales de pantalla. Aparecen tres temores: a ser despreciado (no buscar activamente el encuentro), a desilusionarse (que el otro no sea el del simulacro), a perder la libertad (independencia individualista). Se sustituye el encuentro por los encuentros virtuales "light", con intensidad de sensaciones: Hacer el amor por teléfono o computadora. Mediatizar para llegar a poseer virtualmente, sin dejarse poseer. Relaciones mediatizadas, no consumadas, a puro goce y con posibilidad de borrar y que no quede la marca: la cultura del "delete". A esto se llega a través de los medios, ofrecidos como modelo.

La sexualidad de estos tiempos es una sexualidad del rendimiento, de la eficacia casi gimnástica y de cuerpos esculpidos donde sobresalen signos de la sexualidad (caracteres sexuales secundarios) y están, se exhiben para ser mirados. Acá la mediación es estructurante de los vínculos y al formar parte del imaginario social hace a la producción de un tipo de subjetividad mediatizada y mediatizante.

El formato "pantalla" es temporalmente vertiginoso y espacialmente fragmentado, produciendo la ilusión de que "eso" es lo real. A lo que se agrega lo efímero como cualidad. P. Ej.: En un programa de t.v. los participantes miran las pantallas más que lo que está ocurriendo. Otro Ej. En una sala de maternidad, los familiares, miran los monitores en vez de al bebé y su mamá. ¿Que pasa con los niños en esta cultura? Parecen sujetados al ritmo de la época. Tiempo de lo maquinal, ahogando el juego necesario y fundante de lo infantil. Sustitución del lapsus por la falta de batería, del juego por la fragmentación, de la intimidad velada por el automatismo expuesto, de la aventura de hacerse la película por la ya hecha "top toys history". Encontramos niños subidos a la cinta sin fin de las programaciones a los que se les exige elegir con eficacia y rapidez. Se los entrena para ser consumidores de alternativas. Con el uso de la tecnología han acelerado sus procesos psicomotrices, pero también han disminuido su capacidad simbólica, de metaforización y metabolización de lo inscripto. En la cultura de la imagen y los juegos de video la aceleración en los tiempos de estimar-desestimar produce efectos.

Los juguetes contemporáneos son "vivos para sí", como los juguetes vivos. Pinocho quería ser humano, crecer y llegar a ser adulto; los juguetes modernos son muñecos vivos. El niño queda colocado en el lugar de espectador de esas historias. El juguete tiene una vida imaginaria si ha sido libidinizado por el niño; luego quedaran como restos en la memoria. El muñeco vivo, como simulacro de lo real que pasa de moda, queda afuera de la memoria, se espera siempre el próximo que es más vivo y mejor. Son aparatos que se convierten rápidamente en cadáveres.

El niño debe ser consumidor, opinador, y en tanto sujeto de derecho ejercer su poder para elegir. Esto amplía sus horizontes a la vez que cambia sus puntos de apoyo; los anteriores que fundamentaban la niñez como categoría social, caen, y el niño trastabilla. Ya no está la iglesia como en el medioevo, ni la escuela de la modernidad; ahora están los medios como sus interlocutores y modelos, los mismos que tienen sus padres, quedando simetrizados, horizontalizados ante el mismo referente.

En esta cultura se ha ido sustituyendo la alteridad, lo que está más allá representada en lo más atávico, por lo artificial-maquinal-genético. ¿Será una manera de sostener la ilusión de plenitud-completud? El sujeto para acceder a ser sujeto debe aceptar la marca de la cultura y particularmente del lenguaje, herida al narcisismo y renuncia a la libertad absoluta. A esta marca se le ofrecen alternativas de sutura. En la posmodernidad se ofrece el borramiento (lifting y cirugías) de las marcas en el cuerpo como escenario-espectáculo de concreción en lo real del cuerpo, de una realidad virtual donde podemos -deseamos ser eternamente jóvenes. Una realidad sin muerte, lo que implica sin futuro. El mito del eterno presente sin lo que insiste desde el pasado, sin resto, sin incompletud en el presente que nos permita la construcción de un futuro posible. Si esto no se da solo queda el puro destino. En la cultura del "YA" no hay futuro.

No se trata de la locura positivista que se horrorizaba ante la "FALTA": falta esto, lo otro. Hoy existe una locura del saber eficaz del ideal de satisfacción que llama al sujeto a disolverse en la globalización, desoyendo lo que constituye su humanidad: "ser sujeto en la falta". El malestar aparece cuando el extraño no tiene con quien hablar. La subjetividad necesita interlocución.

Lo que quiero plantear es que estamos ante un tipo radicalmente nuevo de subjetividad socialmente instituida. No es una cuestión de grado, es cualitativamente diferente. Esta cultura produce sujetos sociales consumidores. Toda sociedad produce sus cuadros nosográficos y judiciales. En la modernidad y con la fundación de los estados nacionales, aparece la moral del buen burgués que regía la vida de los ciudadanos, tiempos de imperio de la "ratio". Con la sobrevaloración de la conciencia aparece la locura como lo anormal a ser disciplinado, psiquiatrizándolo. Así como el ataque a la propiedad o el no trabajar eran penados judicialmente. Igualdad, libertad y fraternidad, ideales de la revolución Francesa, nucleaban a los ciudadanos y producen un afuera. Toda sociedad produce su alteridad, sus extraños, lo que queda afuera. También produce sus pensables y sus impensables.

Antes, el que perdía la conciencia razonable era tildado de vicioso. Hoy aparece la figura del adicto como cuadro nosográfico psiquiátrico y penalizado judicialmente. Lo que queda invisible es la estructura. Se ha pasado de los estados nacionales donde el lazo social era entre los ciudadanos con el estado, al mundo globalizado neo-liberal de los estados técnico-administrativos, donde el lazo social es entre enchufados-consumidores con el mercado internacional. El consumidor es producido e instituido por prácticas sociales específicas. Es un sujeto que debe variar constantemente de objeto de consumo sin alterar su posición subjetiva, donde lo anterior cae ante la presión de lo nuevo y no por agotamiento de la relación con el objeto. Este no deja resto, no fue libidinizado. Lo que esta en juego es la renovación constante como promesa de colmar totalmente al sujeto.

Otro rasgo que caracteriza al sujeto social consumidor es la imagen como efecto visible de la subjetividad consumidora. El consumo necesita espectador o testigo que reconozca en la imagen al que consume y a los signos (objetos) de esas acciones. La subjetividad del consumidor es así, pensada como un medio de producción del mercado. Hoy tenemos que responder por qué no usamos-consumimos tal objeto, por ejemplo, celulares. El "no consumo" produce sospecha, como ante un extraño. En el imaginario social, el que no consume es valorado negativamente.

He intentado desarrollar algunas ideas tratando de deconstruir algo del devenir de estos tiempos. Decía G. Deleuze: "allí donde se escuche una sola pregunta en un jardín maternal, el sistema estalla". Buen augurio, ¿no? Parece demasiado optimista. Tal vez, las preguntas que surjan nos ayuden a generar micro políticas de resistencia para no quedar atrapados en el formato. Donde los hackers-saboteadores internéticos llegan a cotizarse en el mercado. Aparecen nuevas estrategias de resistencia: pasarse direcciones de la red donde se pueda "garronear" algo gratis.

En el espacio público proliferan los mercados del trueque, que posibilitan, sin mediar el dinero, intercambiar objetos, que son adquiridos por su valor de uso, servicios que se ofrecen entre los participantes. Vuelve a instalarse la relación demanda-objeto, borrada por la lógica de la sociedad consumidora.

Para terminar, dejo abierto el problema de las "nuevas formas vinculares en Internet". Me parece riesgoso usar como sinónimos contacto-conexión-link-vínculo, en tanto tienen sentidos diferentes en el código de la red y en las disciplinas psi. también me parece arriesgado extrapolar un dispositivo a otro, una realidad a otra, aunque aparezcan similitudes. Pienso que en lo humano nos insiste lo que viene de la historia individual, social, histórica; eso hace a la vigencia que sentimos, por ejemplo ante el teatro griego, o de Shakespeare. Algo dicen acerca de nosotros.

Pero también hay innovación y si sucumbimos a las innovaciones nos quedamos sin historia, sucumbimos ante la tecnología. En este riesgo estamos hoy. Pienso que la madurez estriba en las sociedades que combinan lo que insiste, que viene de lo anterior, del pasado y las innovaciones, pero claro, esto es solo una aspiración. Quiero terminar con el recuerdo de una historia: Cuando Oscar Wilde llega a EE.UU. le muestran un aparato de madera que a un lado tenía una manivela, en el lado opuesto había otro aparato de metal adosado. Le dicen que si da vuelta a la manivela, tomando con la otra mano el otro objeto y acercándose a un tercero que salía del frente de la caja de madera, podría hablar con Washington. Wilde, miro el aparato, miro a sus colegas escritores y dijo: "hablar... de que?".

Referencias bibliográficas:

En este trabajo se encuentran presentes, además de los citados en el texto, Ignacio Lewcovitz con su desarrollo de la subjetividad consumidora, Esther Diaz con su concepción de pantallismo como sustituto del panóptico, Juan Vasen con su concepción acerca del juguete con vida propia y el lugar del juego en este presente cultural, y Oscar Landi en su desarrollo sobre la televisión. Estos conceptos, que en algunos casos transcribí textualmente, me permitieron continuar desarrollando mis hipótesis acerca de la cultura mediática y sus efectos en la subjetividad y los procesos de simbolización y producción de sentidos.

BIBLIOGRAFÍA

ANZIEU, Didier: El yo piel. Biblioteca Nueva.

El grupo y el inconiente. Biblioteca Nueva (1986).

BERGER y LUCKMAN: La construcción social de la realidad. Amorrortu (1989).

PICHON RIVIERE, Enrique: Del psicoanálisis a la psicología social. Galerna (1971).

CASTORIADIS, Cornelius: La institución imaginaria de la sociedad. Tusquets (1993).

DIAZ, Esther: La ciencia y el imaginario social. Biblos (1996).

FREUD, Sigmund: Tótem y tabú. (1912).

Más allá del principio del placer (1920).

Psicología de las masas y análisis del yo (1921).

El malestar en la cultura (1930).

KAES, Rene: Crisis, ruptura y superación. Ediciones 5 (1979).

La institución y las instituciones. Paidós (1987).

FOUCAULT, Michel: Vigilar y castigar. Siglo 21 (1976).

Microfísica del poder. La Piqueta (1979).

La verdad y las formas jurídicas. Gedisa (1996).

SARLO, Beatriz: Escenas de la vida posmoderna. Ariel (1994).

LA PASADE, George: Grupos, organismos e instituciones. Gedisa (1985).

